警告烟草的危害

世界卫生组织低投入高效益降低烟草致命危害的六大措施之一

烟草是致命的成瘾性产品。公众对烟草极度的成瘾性和各种健康危害还不够了解或明白。

> *“每个人都应了解烟草消费和接触烟草烟雾造成的健康后果、成瘾性和致命威胁。”*
>
> *-- 世界卫生组织《烟草控制框架公约》第 4.1 条*

世界卫生组织《烟草控制框架公约》（《公约》）

《公约》第 11 条要求各缔约方使用大而明确的健康警告，占据主要可见部分的 50%。该条还要求各缔约方执行有效措施，以确保烟草制品包装和标签不得以任何虚假、误导、欺骗或可能对其特性、健康影响、危害或释放物产生错误印象的手段推销一种烟草产品。其中包括“淡味”、“低焦油”和“超淡味”等词语。

关键信息：

- **烟草具有致命性和成瘾性。**
- **为了确保公众对烟草的危害有充分了解，并反击烟草行业描绘的烟草的诱惑形象，非常有必要：**
  - **在所有烟草制品包装上印刷健康警告。烟草包装警告应清楚明确，包括烟草危害的图画照片，并占据所有外部产品包装表面的至少一半。**
  - **发起烟草控制媒体宣传和其它反击烟草广告的活动。媒体宣传必须有力，持续较长时间，并且有效地反击烟草行业的营销和促销策略。**
- **“淡味”和“低焦油”等是误导性和欺骗性的词语。这样的产品并不降低风险。**

支持警告吸烟危害的理由

- **健康警告鼓励烟草使用者戒烟，鼓励青少年不要吸烟。**巴西采用新的图片式警告后，73%的吸烟者表示赞同，54%改变了对吸烟健康后果的看法，67%表示新的警告让他们想戒烟[1]。
- **烟草制品上的健康警告保证可以到达所有的烟草使用者。**每天吸一包的吸烟者每年可能接触警告 7,000 次以上[2]。
- **执行在烟草包装上印刷健康警告的政策，政府不用承担成本[3]。**图画式警告受到绝大多数公众的支持[4]。
- **烟草控制的媒体宣传降低烟草使用。**使用形象的、密集有力的媒体宣传教育公众，降低烟草使用，增加戒烟次数和成功率[5, 6, 7, 8]。

---

[1] Costa e Silva VL. Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil. Brussels 2002.
[2] Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior. Tobacco Control. 2003; 12(4):391-395.
[3] WHO: *mpower,* 35.
[4] Ibid.

[5] Emery S, et al. Televised State-sponsored anti-tobacco advertising and youth smoking beliefs and behavior in the United States, 1999-2000, Archives of Pediatric and Adolescent Medicine. 2005;159:639-645.
[6] US Department of Health and Human Services, Reducing the Health Consequences of Smoking: 25 Years of Progress. A report of the Surgeon General. Rockville, MD: US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Centers for Disease Control, Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 1989. Available from: http://www.cdc.gov/tobacco/sgr/index.htm.
[7] Goldman LK, Glantz SA. Evaluation of antismoking advertising campaigns. JAMA. 1998;279:772-7.
[8] Farrelly MC, Davis KC, Haviland L, Messeri P, Healton CG. Evidence of a dose-response relationship between "truth" antismoking ads and youth smoking prevalence. American Journal of Public Health. 2005;95(3):425-431.